

ANALISIS PERBANDINGAN E-SERVICE QUALITY DAN E-TRUST APLIKASI LINKAJA DENGAN APLIKASI DANA

Comparative Analysis Of E-Service Quality And E-Trust LinkAja And Dana Application

¹Nabilla Salshabia Analita, ²Tri Indra Wijaksana

^{1,2}Prodi S1 Adminditrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi Dan Bisnis, Universitas Telkom

¹Nsalsabia@gmail.com, ²Triindrawijaksana@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini didasari oleh latarbelakang permasalahan terkait peningkatan dan perkembangan pengguna internet di Indonesia yang dapat memajukan ekonomi digital di Indonesia. Peningkatan dan perkembangan internet di Indonesia dapat mempengaruhi tingginya transaksi *fintech* di Indonesia. Oleh karena itu persaingan yang semakin kompetitif pada usaha dompet digital atau yang dikenal sebagai *e-wallet*. Usaha dompet digital tersebut harus mampu menciptakan dan menjaga kualitas pelayanan elektronik yang baik. Sehingga dengan menciptakan dan menjaga kualitas pelayanan elektronik tersebut mampu meningkatkan kepercayaan bagi pengguna aplikasi tersebut. Berdasarkan riset *iPrice* dan *App Annie*, pengguna dompet digital aplikasi linkaja selalu beriringan dengan aplikasi dana. Maka penelitian ini bertujuan untuk membandingkan kualitas pelayanan elektronik dan tingkat kepercayaan pada aplikasi linkaja dengan aplikasi dana.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *nonprobability sampling*. Dibagikan kepada 100 responden pengguna aplikasi linkaja dan 100 responden pengguna aplikasi dana yang berada di Indonesia dan yang pernah menggunakan aplikasi tersebut. Teknik analisis data pada penelitian ini adalah analisis deskriptif dan uji beda *Mann-Whitney*.

Berdasarkan hasil penelitian pada analisis deskriptif, pada *variable e-service quality* pada aplikasi linkaja secara keseluruhan dengan skor rata-rata 64,9% yang termasuk dalam kategori cukup baik dan pada aplikasi dana secara keseluruhan dengan skor rata-rata 73,18% termasuk dalam kategori baik. Sedangkan pada *variable e-trust* pada aplikasi linkaja secara keseluruhan dengan skor rata-rata 66,5% termasuk kategori cukup baik dan pada aplikasi dana secara keseluruhan dengan skor rata-rata 77,4% termasuk dalam kategori baik. Hasil uji beda *Mann-Whitney* terdapat perbedaan yang signifikan disetiap variabelnya. Dimana aplikasi Dana lebih unggul dibandingkan dengan aplikasi LinkAja.

Kata Kunci: *E-Wallet, E-Service Quality, E-Trust, Mann-Whitney*

ABSTRACT

This research is based on background issues related to the increase and development of internet users in Indonesia that can advance the digital economy in Indonesia. The increase and development of the internet in Indonesia can affect the high fintech transactions in Indonesia. Therefore, competition is increasingly competitive in digital wallet business or known as e-wallet. The digital wallet business must be able to create and maintain good quality electronic services. So, by creating and maintaining the quality of electronic services, it is able to increase trust for users of the application. Based on iPrice and App Annie's research, LinkAja's digital wallet users always go hand in hand with the Dana app. So this study aims to compare the quality of electronic services and the level of confidence in the LinkAja application and the Fund Application.

This research uses quantitative methods with the type of descriptive research. Sampling is done by the nonprobability sampling method. Distributed to 100 respondents who used the LinkAja application and 100 respondents who used the Dana application in Indonesia and

who have used the application. Data analysis techniques in this study were descriptive analysis and Mann-Whitney different tests.

Based on the results of research on descriptive analysis, the e-service quality variable on the LinkAja application as a whole with an average score of 64.9% included in the category quite well and the overall Fund application with an average score of 73.18% included in the category good. Whereas the e-trust variable on the LinkAja application as a whole with an average score of 66.5% is in the good enough category and the overall Fund application with an average score of 77.4% is in the good category. Mann-Whitney different test results there are significant differences in each variable. Where the Dana application is superior compared to the LinkAja application.

Keywords: E-Wallet, E-Service Quality, E-Trust, Mann-Whitney

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Sektor jasa kini telah mengalami kemajuan yang cukup signifikan jika di bandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Dikarenakan dengan kemajuan teknologi yang mulai mengambil peranan yang penting karena dapat mempermudah manusia dalam melakukan berbagai aktivitas yang mengakibatkan meningkatnya kualitas konsumsi masyarakat, dimana konsumen lebih menuntut pelayanan yang lebih praktis dan instan. Hal inilah yang menjadi pendorong perusahaan agar selalu *update* dan mengikuti perubahan pola konsumsi masyarakat. Bagi sebagian besar perusahaan telah memanfaatkan media online untuk memberikan pelayanan. Tingginya penggunaan internet di Indonesia dapat memicu kemajuan ekonomi digital Indonesia dan dapat sangat mempengaruhi beberapa aspek *social* dan budaya. Dengan seiringnya peningkatan dan perkembangan internet di Indonesia dapat memudahkan warga Negara Indonesia dalam melakukan kegiatan sehari – harinya.

Berdasarkan data statistic, pengguna internet di Indonesia akan terus meningkat hingga tahun 2023 dengan jumlah pengguna internet di Indonesia diproyeksikan mencapai 150 juta pengguna (databoks.katadata.co.id). Dengan seiringan peningkatan pengguna internet di negara Indonesia, akan mempengaruhi peningkatan transaksi *fintech* atau Finansial Teknologi di Indonesia, berdasarkan (katadata.co.id) tahun ini akan mencapai US\$ 1,5 triliun dan meningkat menjadi US\$ 2 triliun pada 2025. Sekitar 14% atau US\$ 280 miliar dari nilai tersebut akan dikuasai oleh *fintech* pembayaran.

Semakin meningkatnya pembayaran *fintech* di Indonesia, sehingga tidak sedikit perusahaan yang menciptakan aplikasi *e-wallet* atau keuangan digital berbentuk *server* tersebut, Aplikasi Linkaja merupakan aplikasi yang diterbitkan oleh perusahaan BUMN yaitu PT Telekomunikasi Seluler (Telkomsel) yang dulunya merupakan aplikasi Tcash yang telah didirikan pada tahun 2005 yang kemudian berubah nama menjadi linkaja pada tahun 2019 (Wikipedia.com). Aplikasi Dana merupakan sebuah aplikasi yang didirikan pada tahun 2017 oleh Vincent seorang pemuda Indonesia yang dimana aplikasi Dana merupakan salah satu startup yang menyediakan platform e-money bagi orang Indonesia untuk dapat melakukan transaksi secara non-tunai dan non-kartu (ngurusduit.com). kedua aplikasi tersebut saling bersaing dengan ketat untuk mencari dan mendapatkan perhatian masyarakat Indonesia untuk menggunakannya. Berdasarkan Riset *iPrice* dan App Annie, mengatakan bahwa data pengguna dompet digital Dana bersaing dengan LinkAja memperebutkan posisi ketiga dan keempat. Pada kuartal II 2019, posisi LinkAja berhasil digeser oleh pendatang baru, yaitu Dana yang berhasil naik ke peringkat ketiga. LinkAja harus turun ke peringkat empat.

Aktivitas pelanggan dalam penggunaan aplikasi keuangan digital berbentuk *server* atau *e-wallet* tersebut sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan online (*e-services quality*). Apabila kualitas pelayanan tersebut sudah baik akan mempengaruhi kepercayaan bagi para pengguna kedua *e-wallet* tersebut. Sehingga Kepercayaan tidak mudah diakui oleh konsumen dalam

penggunaan kedua e-wallet tersebut. Kepercayaan muncul apabila dapat dibuktikan karena pengguna aplikasi tersebut merasakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan aplikasi tersebut sangat baik. Sebaliknya apabila kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu aplikasi berbentuk *server* tersebut tidak baik, maka pengguna akan merasa tidak percaya dengan aplikasi tersebut. Dalam konteks *e-wallet*, kepercayaan disebut sebagai *e-trust*. Berdasarkan survey penyebaran prakuseioner yang dilakukan oleh peneliti kepada 32 responden mengatakan bahwa aplikasi linkaja dan aplikasi dana masih kurang memberikan pelayanan yang baik, masih banyak permasalahan dalam penggunaan kedua *e-wallet* tersebut, sehingga tidak sedikit pengguna kedua e-wallet tersebut kurang percaya.

Berdasarkan uraian dan permasalahan tersebut, peneliti akan membandingkan kedua e-wallet tersebut dengan judul “**Analisis Perbandingan E-Service Quality dan E-Trust Aplikasi Linkaja Dengan Aplikasi Dana**”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana *e – service quality* pada aplikasi LinkAja?
2. Bagaimana *e – service quality* pada aplikasi Dana?
3. Bagaimana *e – trust* pada aplikasi LinkAja?
4. Bagaimana *e – trust* pada aplikasi Dana?
5. Seberapa besar perbedaan hasil *e – service quality* dan *e – trust* antara aplikasi LinkAja dan aplikasi Dana?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui *e – service quality* pada aplikasi LinkAja
2. Mengetahui *e –service quality* pada aplikasi Dana.
3. Mengetahui *e – trust* pada aplikasi LinkAja.
4. Menegetahui *e – trust* pada aplikasi Dana.
5. Mengetahui seberapa besar perbedaan hasil *e – service quality* dan *e – trust* antara aplikasi LinkAja dan aplikasi Dana.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Pemasaran

Menurut Sudaryono (2016:42) pemasaran merupakan gabungan dari aktivitas yang saling berhubungan untuk mengetahui apa yang diinginkan pelanggan dengan cara menciptakan dan menawarkan suatu produk atau jasa yang memiliki nilai serta meningkatkan promosi, pelayanan, dan menyesuaikan harga agar pelanggan merasa puas atas produk atau jasa yang ditawarkan.

2.2 E-Wallet

E-wallet atau dompey elektronik merupakan layanan web atau program yang berguna untuk menyimpan dan mengontrol informasi belanja online seprang *use*, seperti informasi *password*, *login*, alamat pengiriman pembeli, dan informasi detail mengenai kartu kredit user. Informasi pelanggan tersebut akan disimpan dalam suatu tempat sentral yang aman. *E-wallet* menyediakan cara yang sepat, nyaman, dan aman kepada penggunaannya untuk melakukan transaksi secara online di seluruh dunia (Mohammad Salah Uddin,2014).

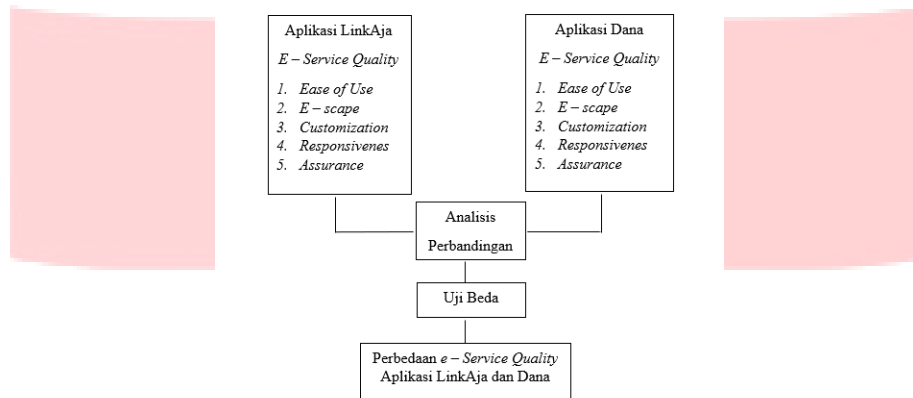
2.3 E-Service Quality

Menurut Kotler dan Keller (2016:27) bahwa “*Marketing management as the art and science of choosing target markets and getting, keeping, and growing, customers through creating, delivering, and communicating superior customer value.*” Merupakan suatu seni dan ilmu memilih pasar atau sasaran untuk mendapatkan, menjaga, dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

2.4 E-Trust

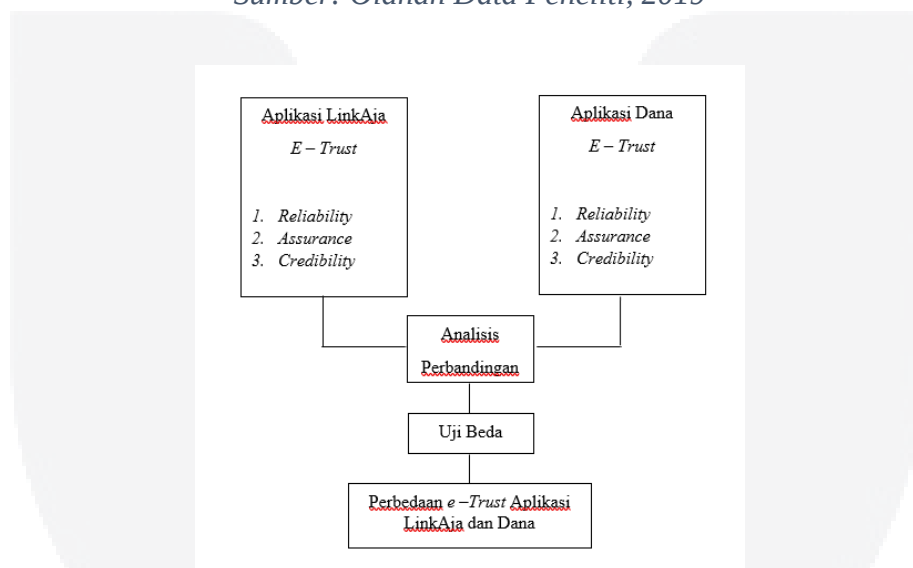
Kepercayaan elektronik disebut juga sebagai *e-trust*. *E-trust* dapat diartikan sebagai permulaan dasar dari suatu hubungan pembentukan dan pemeliharaan antara pelanggan dan penjual online (Kim et al., dalam Giovanis dan Athanasopoulou, 2014).

2.5 Kerangka Pemikiran



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran *E-Service Quality*

Sumber: Olahan Data Peneliti, 2019



Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran *E-Trust*

Sumber: Olahan Data Peneliti, 2020

3. Metode Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif dan jenis penelitian dekriptif yang menggunakan pendekatan survey. Menurut Sugiyono (2018:15) mengatakan bahwa metode penelitian kuantitatif berlandaskan pada filsafat *positive*, yang dapat digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat *statistic*, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Karakteristik penelitian berdasarkan tujuan, penelitian ini adalah penelitian komparaif. Menurut Sugiyono (2017) penelitian komparatif ialah penelitian yang membandingkan satu variable atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda atau pada waktu yang berbeda.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan suatu wilayah yang terdiri dari subjek atau objek yang mempunyai keuantitas dan karakteristik yang ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan dipelajari, kemudian ditarik kesimpulan dari penelitian tersebut, (Sugiyono, 2019:130). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan aplikasi LinkAja dan aplikasi Dana di Indonesia yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti.

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang ditentukan dapat menjadi wakil dari seluruh populasi, (Sugiyono, 2019:131). Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *NonProbability Sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2018:138), *purposive sampling* adalah Teknik penentu sampel dengan pertimbangan tertentu.

Hasil dari uji validitas menunjukkan bahwa 16 pernyataan itu dikatakan valid dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan signifikansi 10% (0,10) yaitu 0,4093. Sehingga dari 16 pernyataan tersebut dapat dipakai sebagai instrumen penelitian.

Hasil dari uji reliabilitas nilai *Cronbach Alpha* dikatakan reliable apabila nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kuesioner yang dalam penelitian ini *reliable*, karena untuk aplikasi Linkaja mendapatkan hasil 0,930 dan aplikasi Dana 0,941. Maka kuesioner dapat dipakai sebagai instrument penelitian.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Analisis Karakteristik Responden

Pada penelitian ini yang menjadi objek adalah para pengguna aplikasi linkaja dan aplikasi dana yang berada di Indonesia, pengguna yang pernah mendapatkan pelayanan pada aplikasi linkaja dan aplikasi dana, dan responden yang pernah melakukan kegiatan transaksi pada aplikasi linkaja dan aplikasi dana. Pengumpulan data diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang dilakukan kepada 100 responden aplikasi linkaja dan 100 responden aplikasi dana. Gambaran karaktersitik responden untuk jenis kelamin didominasi oleh wanita dengan 58% untuk aplikasi linkaja dan 67% untuk aplikasi dana. Karakteristik responden untuk usia didominasi dengan rentang usia 15-22 tahun dengan 70% untuk aplikasi linkaja dan 57% untuk aplikasi dana. Karakteristik responden untuk pekerjaan didominasi yaitu pelajar atau mahasiswa dengan 68% untuk aplikasi linkaja dan 56% untuk aplikasi dana. Dan untuk karakteristik pendapatan rata – rata didominasi dengan pendapatan $< \text{Rp } 2.500.000$ dengan 38% untuk aplikasi linkaja dan 33% untuk aplikasi dana.

4.2 Analisis Deskriptif Responden

a. E-Service Quality

Pada table 4.1 berikut ini terdapat hasil tanggapan responden mengenai variable *e-service quality*

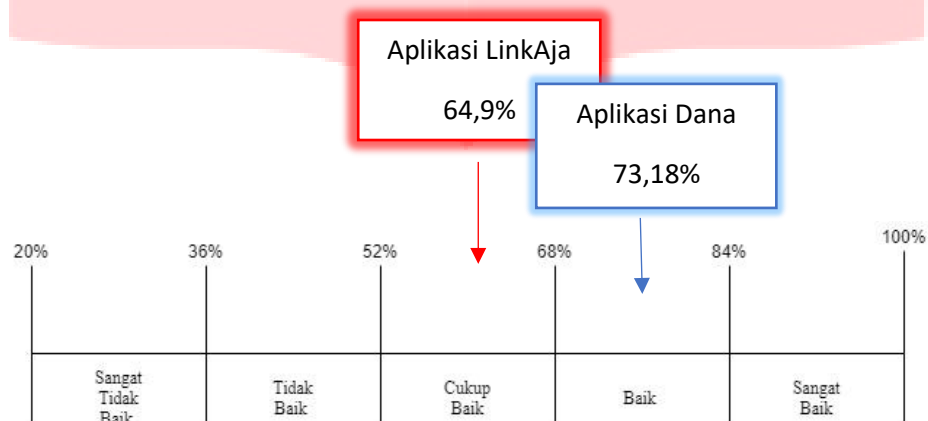
Tabel 4. 1 Tanggapan Responden Mengenai Variabel E-Service Quality

No	Dimensi	Aplikasi LinkAja		Aplikasi Dana	
		Skor Total	%	Skor Total	%
1.	<i>Ease of Use</i>	680	68%	734	73,4%
2.	<i>E-Scape</i>	639	63,9%	772	77,2%
3.	<i>Customization</i>	614	61,4%	606	60,6%

4.	<i>Responsive</i>	642	64,2%	746	74,6%
5.	<i>Assurance</i>	670	67%	747	74,7%
Total Skor		3245	64,9%	3605	73,18%

Sumber: Olahan Data Peneliti, 2020

Tabel 4.1 menggambarkan mengenai rekapitulasi tanggapan responden mengenai variable e-service quality. Berdasarkan hasil pengolahan disajikan pada table diatas, dapat dilihat bahwa aplikasi linkaja memperoleh skor total 3245 atau 64,9%, dengan demikian variable e-service quality pada aplikasi linkaja beradar di kategori cukup baik. Sedangkan pada aplikasi dana memperoleh skor total 3605 atau 73,18%, dengan demikian variable e-service quality pada aplikasi dana berada di kategori baik. Jumlah skor tersebut dimasukan ke dalam garis kontinum sebagai berikut:



Gambar 4. 1 Tanggapan Responden Menegnai Variabel E-Service Quality

Sumber: Olahan Data Peneliti, 2020

b. E-Trust

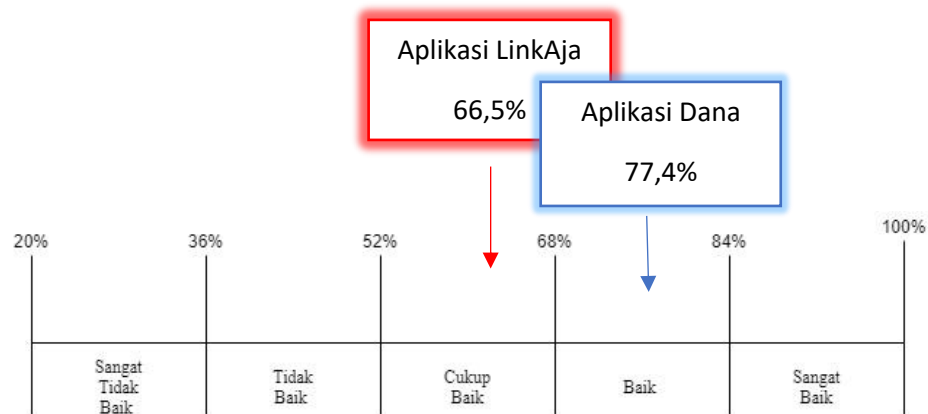
Pada table 4.2 berikut terdapat hasil tanggapan responden mengenai variable e-trust

Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel E-Trust

No	Dimensi	Aplikasi LinkAja		Aplikasi Dana	
		Skor Total	%	Skor Total	%
1.	<i>Reliability</i>	666	66,6%	774	77,4%
2.	<i>Assurance</i>	662	66,2%	774	77,4%
3.	<i>Credibility</i>	669	66,9%	776	77,6%
Total Skor		1997	66,5%	2324	77,4%

Sumber: Olahan Data Peneliti, 2020

Table 4.2 menggambarkan mengenai rekapitulasi tanggapan responden mengenai variable e-trust. Berdasarkan hasil pengolahan yang disajikan pada table diatas, dapat dilihat bahwa aplikasi linkaja memperoleh skor total 1997 atau 66,5%, dengan demikian variable e-trust pada aplikasi linkaja berada pada kategori cukup baik. Sedangkan pada aplikasi dana memperoleh skor total 2324 atau 77,4%, dengan demikian variable e-trust pada aplikasi dana berada pada kategori baik. Jumlah skor tersebut dimasukan ke dalam garis kontinum sebagai berikut:



Gambar 4. 2 Tanggapan Responden Menegnai Variabel E-Trust

Sumber: Olahan Data Peneliti, 2020

4.3 Uji Normalitas

Sebelum menentukan uji data yang digunakan untuk penelitian tersebut, maka akan dilakukan uji normalitas, menurut Widodo (2017:111) uji normalitas merupakan suatu uji yang dilakukan dengan tujuan untuk dapat menilai penyebaran data pada sebuah kelompok data atau variable, apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidaknya.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		kelompok3
N		200
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	1.50
	Std. Deviation	.501
Most Extreme Differences	Absolute	.341
	Positive	.341
	Negative	-.341
Kolmogorov-Smirnov Z		4.819
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas

Sumber: Olahan Data Peneliti, 2020

Berdasarkan hasil uji normalitas, dapat dilihat pada gambar 4.3 dijelaskan bahwa Asymp.Sig.. (2-tailed) ialah 0,000, dengan demikian jika $\text{Sig.} < 0,05$ dapat dinyatakan bahwa data yang tersedia tidak terdistribusi secara normal, oleh karenanya data yang tidak terdistribusi normal maka Teknik uji beda yang dapat digunakan ialah uji beda *Man-Whitney*.

4.4 Uji Beda *Mann-Whitney*

Uji beda Mann-Whitnet dilakukan untuk melihat adanya perbedaan pada variable e-service quality pada aplikasi linkaja dan pada variable e-trust pada aplikasi linkaja dan aplikasi dana. Peneliti menggunakan bantuan software SPSS versi 23 pada setiap variabelnya

Tabel 4. 3 Hasil Uji *Mann Whitney*

Model	N	Sig. (2 tailed)	Keterangan
E – Service Quality aplikasi LinkAja dan aplikasi Dana	200	0,010	Adanya perbedaan

E – Trust aplikasi LinkAja dan aplikasi Dana	200	0,000	Adanya perbedaan
--	-----	-------	------------------

Sumber : Olahan Data Penelitian, 2020

Berdasarkan table 4.4 tentang hasil uji *man - whitney* dapat dilihat bahwa dua variable tersebut *e – service quality* dan *e – trust* pada aplikasi LinkAja dan aplikasi Dana adanya perbedaan antar kedua aplikasi tersebut. Hal ini ditunjukkan nilai probabilitas Sig. (2 tailed) pada variable *e – service quality* yaitu 0,010 yang dimana memiliki posisi probabilitas lebih kecil dari 0,05 dan pada variable *e – trust* yaitu 0,000 yang dimana memiliki posisi probabilitas lebih kecil dari 0,05.

5. Kesimpulan Dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti yang disertai dengan teori-teori yang mendukung mengenai perbedaan aplikasi linkaja dan aplikasi dana, maka memperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- Pada variable *e-service quality* pada aplikasi linkaja menurut pengguna *e-wallet* tersebut berada pada kategori cukup baik. Sedangkan menurut pengguna aplikasi dana berada pada kategori baik.
- Pada variabel *e-trust* pada aplikasi linkaja menurut pengguna *e-wallet* tersebut berada pada kategori cukup baik. Sedangkan menurut pengguna aplikasi dana berada pada kategori baik.
- Terdapat perbedaan sub variable *ease of use* pada *e-service quality* antara aplikasi linkaja dan aplikasi dana. dimana untuk dimensi *ease of use* aplikasi dana dengan skor nilai 73,4% lebih unggul dibandingkan *ease of use* pada aplikasi linkaja dengan skor nilai 68%.
- Terdapat perbedaan sub variable *assurance* pada *e-service quality* antara aplikasi linkaja dan aplikasi dana, dimana untuk dimensi *assurance* aplikasi dana dengan skor 74,7% lebih unggul dibandingkan *assurance* aplikasi linkaja dengan skor nilai 67%.
- Terdapat sub variable *responsive* pada *e-service quality* antara aplikasi linkaja dan aplikasi dana, dimana untuk dimensi *responsive* aplikasi dana dengan skor 74,6% lebih unggul dibandingkan *responsive* aplikasi linkaja dengan skor nilai 64,2%.
- Terdapat perbedaan sub variable *e-scape* pada *e-service quality* antara aplikasi linkaja dan aplikasi dana, dimana untuk dimensi *e-scape* aplikasi dana dengan skor 77,2% lebih unggul dibandingkan *e-scape* aplikasi linkaja dengan skor nilai 63,9%.
- Terdapat perbedaan sub variable *customization* pada *e-service quality* antara aplikasi linkaja dan aplikasi dana, dimana untuk dimensi *customization* aplikasi linkaja dengan skor 61,4% lebih unggul dibandingkan *customization* aplikasi dana dengan skor nilai 60,6%.

- h. Terdapat perbedaan sub variable *creadibility* pada *e-trust* antara aplikasi linkaja dan aplikasi dana, dimana untuk dimensi *creadibility* aplikasi dana dengan skor 77,6% lebih unggul dibandingkan *creadibility* aplikasi linkaja dengan skor nilai 66,9%.
- i. Terdapat perbedaan sub variabel *reliability* pada *e-trust* antara aplikasi linkaja dan aplikasi dana, dimana untuk dimensi *reliability* aplikasi dana dengan skor 77,4% lebih unggul dibandingkan *reliability* aplikasi linkaja dengan skor nilai 66,6%.
- j. Terdapat perbedaan sub variabel *assurance* pada *e-trust* antara aplikasi linkaja dan aplikasi dana, dimana untuk dimensi *assurance* aplikasi dana dengan skor 77,4% lebih unggul dibandingkan *assurance* aplikasi linkaja dengan skor nilai 66,2%.
- k. Terdapat perbedaan *e-service quality* dan *e-trust* antara aplikasi linkaja dan aplikasi dana. Dan untuk variable *e-service quality* dana *e-trust* berdasarkan perhitungan nilai rata-rata untuk aplikasi dana lebih unggul dibandingkan aplikasi linkaja, yaitu untuk variable *e-service quality* aplikasi dana 111,03 lebih unggul dibandingkan aplikasi linkaja yang mendapatkan skor 89,98. Dan untuk variable *e-trust* aplikasi dana 120,58 lebih unggul dibandingkan aplikasi linkaja yang mendapatkan skor 80,42.

5.2Saran

Saran yang diusulkan oleh penulis setelah melakukan penelitian mengenai perbandingan *E-Service Quality* dan *E-Trust* pada aplikasi LinkAja dan aplikasi Dana yaitu sebagai berikut:

- a. Saran Untuk Perusahaan
 - 1. Berdasarkan perhitungan analisis variabel *e-service quality*, pada aplikasi linkaja indicator dengan penilaian terendah adalah mengenai aplikasi linkaja belum mampu beroperasi dengan baik sesuai dengan fungsi, masih banyak mengalami permasalahan pada saat melakukan betransaksi misalnya pada saat bertransaksi pembelian tiket kereta, pembayaran BPJS. Pembayaran indihome, dan pembayaran pada saat di pom bensin. Oleh sebab itu, diharapkan untuk memperbaiki *system* pelayanan bertransaksi. Pada aplikasi dana indikator dengan penilaian terendah adalah indicator ke-5 dan ke-6, dimana untuk indicator ke-5 yaitu aplikasi dana mampu beroperasi dengan baik sesuai dengan fungsinya dan untuk indicator ke-6 yaitu aplikasi dana selalu tersedia untuk keperluan konsumen. Oleh sebab itu, aplikasi dana lebih memperbaiki *system* pelayanan dalam proses bertransaksi dan juga pada pihak aplikasi dana untuk lebih mengembangkan pelayanan yang lebih banyak sesuai dengan kebutuhan konsumen.
 - 2. Berdasarkan perhitungan analisis variable *e-trust*, pada aplikasi linkaja dan aplikasi dana indicator dengan penilaian terendah adalah mengenai aplikasi linkaja atau aplikasi dana mampu menciptakan rasa aman bagi pelangganya, oleh sebab itu aplikasi linkajadan aplikasi dana lebih memperbaiki *system* kaulitas

pelayanan pada aplikasi tersebut sehingga dengan memperbaiki system kualitas pelayanan pada aplikasi tersebut akan menambahkan rasa percayaannya bagi pengguna yang menggunakan aplikasi tersebut.

b. Saran untuk peneliti selanjutnya

Diharapkan untuk penelitian selanjutnya melakukan penelitian dengan memilih beberapa objek yang berbeda, agar dapat melakukan perbandingan mengenai perbedaan antara *e-service quality* dan *e-trust* antara objek yang satu dengan yang lainnya. Sehingga akan memberikan pengetahuan yang baru dibidang ilmu marketing atau pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia Sativa (2016). Analisis Pengaruh *E – Trust* dan *E – Service Quality* Terhadap *E – Loyalty* Dengan *E – Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna *E – Commerce* C2C Tokopedia). Semarang.
- Ayu Rahman (2019). Analisis Hubungan *E – Service Quality* Terhadap *E – Customer Satisfaction* Yang Di Mediasi Oleh *Customer Perceived Value* (Studi Kasus Pada Pelanggan Toko Online Tokopedia). Jakarta.
- Aisyah Fitriani (2018). Pengaruh *E – Trust* Dan *E – Service Quality* Terhadap *E – Loyalty* Dengan *E – Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna *E – Commerce* C2C Shopee). Makassar.
- Catur Kurniawan (2018). Pengaruh *E – Service Quality*, *E – Trust*, Dan *E – Satisfaction* Terhadap *E – loyalty* Konsumen Muslim Pada Market Place Tokopedia Dan Bukalapak. Tulungagung.
- Evita Rahayu (2018). Pengaruh *E – Service Quality* Terhadap *E – Customer Satisfaction* Dan *E – Customer Loyalty* Pada Toko Online Shopee (Studi Kasus pada Pengguna Toko Online Shopee). Jakarta.
- Mega Della Prisanti, Imam Suyadi, Zainul Arifin (2016). Pengaruh *E – Service Quality* Dan *E – Trust* Terhadap *E – Customer Satisfaction* Serta Implikasinya Terhadap *Ecustomer Loyalty* (Studi Pada Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia(Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Lawang). Malang.
- Agnesia Magdalena;Ferry Jaolis. Analisis Antara *E – Service Quality*, *E – Satisfaction*, Dan *E – Loyalty* Dalam Konteks *E –Commerce* Bilibli. Surabaya.\
- Saiful Riza,Sutopo (2017). Analisis Pengaruh *E – Service Quality*, Kualitas Informasi Dan Persepsi Kemudahan Terhadap *E – Loyalty* Dengan *E – Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Lazada Indonesia). S emarang.
- Dewi Nurayni, Widiartanto. Pengaruh *E – Service Quality*, *E – Satisfaction*, Dan *E – Trust* Terhadap *Customer Loyalty* Pengguna Aplikasi Mobile KAI Access (Studi Pada Pengguna Aplikasi *Mobile KAI Acces* Semarang). Semarang.
- Arief Budiman, Edy Yulianto, Muhammad Saifi. Pengaruh *E – Service Quality* Terhadap *E – Satisfaction*, dan *E – Loyalty* Nasabah Pengguna Mandiri Online. Malang.
- Song-Ee Hahn,Beverley Sparks, Hugh Wilkins & Xin Jin(2017). *E – Service Quality Management of A Hotel Website: A Scale and Implications For Management*. Australia.
- Doddahulugappa Goutam and B.V. Gopalakrishna (2018). *Customer Loyalty Development in Online Shopping: An Integration of E – Service Quality Model an Commitment –Tust Theory*. India.
- Hermasnyah Andi Wibowo, Fathul Wahid, Nafiudin. *The Influence Of Website Design On Formation Of E – Trust, E – Satisfaction And E – Loyalty of Bukalapak.com Cunsomers: Relationship Marketing Revisited*.
- Rahmi Mohammad Al – Dweeri, Zaid Mohammad Obeidat, Mohammad Ahmad Al – Dwiry, Muhammad Turki Alshurideh & Alaa Mohammad Alhorani (2017). *The Impact of E – Service Quality and E – Loyalty on Online Shopping : Moderating Effect of E – Satisfaction and E – Trust*. Jordan.
- Mukaram Ali Khan and Syed Sohaib Zubair (2019). *An Assesment of e – Service Quality, e – Satisfaction, and e – Loyalty. Case of OnlineShopping in Pakistan*. Pakistan.

- Nadya Egileona Wibowo (2019). Analisis Perbandingan *Brand Equity* Transportasi Online Gojek dan Grab di Kota Bandung Tahun 2018. Skripsi pada Universitas Telkom, Bandung.
- Purnamasurya Asri (2019). Analisis Perbandingan Atribut Produk *Aloe Revital Smoothing Gel (300 ML) By Innisfree* Dengan *Nature Republic Smoothing And Moisture Aloe Vera 92%* (Survey Pada Konsumen *Outlet Mall Paris Van Java Bandung* dan *Trans Studio Mall*). Skripsi pada Universitas Telkom, Bandung.
- Putri Fajrianti (2019). Analisis Perbandingan Website Quality Pada Tiket.com dan PegiPegi (Studi Kasus Pada Pengguna Tiket.com Dana PegiPegi Di Kota Bandung Tahun 2019). Skripsi pada Universitas Telkom, Bandung.
- Annisa (2016). Analisis Pengaruh E-Servuce Quality Terhadap E-Trust Dan E-Satisfaction Serta Implikasinya Pada E-Loyalty Dan Posituve E-WOM: Telaah Pada Konsumen Wanita Bobobobo.com. Skripsi pada Universitas MultiMedia Nusantara, Tangerang.
- Grafik Data Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia: databoks.katadata.co.id. (Akses : 4 November 2019)
- Grafik Fintech di Indonesia 2015 - 2021: databoks.katadata.co.id. (Akses : 18 Januari 2020)
- iPrice (2019). Daftar Dompert Digital Terbesar di Indonesia: databoks.katadata.co.id. (Akses : 4 November 2019)
- Penguasaan pembayaran fintech: katadata.co.id (Akses: 18 Januari 2020).
- Perkembangan Sejarah *E – Wallet*: Kumparan.com (Akses: 4 November 2019).
- Wikipedia. (2019). Sejarah LinkAja. Diambil dari website Wikipedia: <https://id.m.wikipedia.org/wiki/LinkAja>. (Akses: 4 November 2019).
- Gilang Pamungkas. (2019). Sejarah Dana. Diambil dari website: <https://ngurusduit.com/sejarah-dana-startup-pembayaran-digital-era-modern/>. (Akses 4 November 2019)
- LinkAja. (2019). Logo Aplikasi LinkAja. Diambil dari website: <https://www.linkaja.id>. (Akses: 4 November 2019).
- Dana. (2019). Logo Aplikasi Dana. Diambil dari website: <https://dana.id>. (Akses: 4 Novmber 2019).
- LinkAja. (2019). Layanan Aplikasi LinkAja. Diambil dari website: <https://www.linkaja.id>. (Diakses: 4 November 2019).
- Akfa Nasrullah. (2019). Layanan Aplikasi Dana. Diambil dari website: <https://m.detik.com/inet/cyberlife/d-4689432/aplikasi-dana-punya-fitur-dan-tampilan-baru-apa-saja>. (Diakses: 4 November 2019).
- Sudaryono (2016). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.